

LA GENERACION SILVER COTIZA EN ALZA

Durante décadas se nos dijo que envejecer era sinónimo de moverse a un costado o a un depósito. Que la vida verdaderamente activa terminaba con la jubilación y que, a partir de allí, lo que quedaba era administrar el desgaste. Sin embargo, algo cambió. Cada vez más personas mayores de 60 años siguen decidiendo, consumiendo, aprendiendo, amando y preguntándose para qué viven. A ese conjunto heterogéneo hoy se lo llama generación silver. No es solo una cuestión de edad: es un cambio profundo en la forma de habitar estos tiempos.

Ricardo Grinszpun, miembro del Equipo de Dirección de este Proyecto, propone este texto sin romanticismo, pero sí con consciencia: ¿es esta generación síntoma de un problema global o puede acaso participar activamente como una de las soluciones posibles? En una sociedad que avanza hacia escenarios distópicos -hipertecnologizados, desvinculados y acelerados- la generación silver aparece como una anomalía incómoda. El mercado la desea, la política la necesita y la cultura no termina de saber qué hacer con ella.

¿QUIENES SON Y POR QUE AHORA TODOS HABLAN DE ELLOS?

Se suele llamar generación silver a las personas mayores de 55 o 60 años, y en especial a quienes superan los 65.

No se trata simplemente de que haya más personas mayores, sino de que viven más tiempo en mejores condiciones relativas de salud y autonomía. Esta combinación — longevidad más capacidad de acción— cambia por completo las reglas del juego.

En Europa, más del 20% de la población ya tiene 65 años o más. En América del Norte el fenómeno es muy parecido. En América del Sur los porcentajes son menores, pero crecen rápido. Brasil, Argentina y Chile envejecen a una velocidad que sus instituciones todavía no terminan de procesar.

Dicho sin eufemismos: el mundo fue diseñado para morir antes. Pero esto no es algo que está sucediendo.

EL INTERES ECONOMICO: YA NO SON UN GASTO, SON UN MERCADO

El primer interés es económico, y es evidente. La generación silver concentra una parte importante del patrimonio, del ahorro y del consumo. Gasta en salud, sí, pero también en viajes, bienestar, tecnología sencilla, vivienda adaptada, educación continua y experiencias con sentido. No busca tanto acumular cosas como mejorar la calidad de vida.

Por eso se habla cada vez más de 'economía silver'. No como un gesto altruista, sino porque el mercado entiende que allí hay estabilidad, previsibilidad y decisión.

A diferencia de generaciones más jóvenes —muchas veces precarizadas—, los adultos mayores suelen consumir con más continuidad. Esto explica por qué empresas, bancos, aseguradoras y desarrolladores tecnológicos ajustan su mirada hacia este grupo.

EL TRASFONDO SOCIAL: QUIEN SOSTIENE A QUIEN

El conflicto aparece cuando miramos la estructura social. En Europa, por cada persona mayor de 65 hay poco más de tres personas en edad de trabajar. En América Latina esa relación es todavía más holgada, pero se achica año a año. Esto genera una pregunta incómoda: ¿quién sostiene los sistemas de jubilación, salud y cuidado?

A menudo se plantea el tema como una guerra entre generaciones. Es un error. La generación silver no es la causa del problema, sino la evidencia de un sistema que no se adaptó a la longevidad y muy probablemente no se adapte.

Vivir más no es el fallo; el fallo es haber pensado la vida como si siempre fuera corta. Como si aquello que llaman “muerte” estuviera a la vuelta de la esquina.

CULTURA: DEL VIEJO PASIVO AL ADULTO CON HISTORIA Y EXPERIENCIA

Culturalmente también hay un cambio fuerte. El viejo pasivo, silencioso, molesto o agradecido está en retirada. Aparece en su lugar una figura más compleja: adultos mayores que opinan, se enamoran, emprenden proyectos y no aceptan ser tratados como descartables.

Esto incomoda a una cultura obsesionada con la novedad y la velocidad. La generación silver recuerda que el tiempo largo existe, que no todo se mide en resultados inmediatos y que la experiencia acumulada es un valor fundamental. En un mundo que acelera, su sola presencia introduce una pausa.

UNA MIRADA DESDE LA CONSCIENCIA

Desde el enfoque Conscencial, la cuestión no es solo económica o demográfica. Es existencial.

Cuando la Forma —el sistema, la tecnología, el mercado— se impone sin Sentido, la experiencia humana se empobrece. La generación silver puede ser capturada por esa lógica o bien puede cuestionarla.

Si se la reduce a consumidores segmentados o a cuerpos a gestionar, la distopía se profundiza. Si, en cambio, se la reconoce como portadora de experiencia, memoria y límites, aparece otra posibilidad: una sociedad menos adolescente, menos compulsiva, más consciente.

CONCLUSION: ¿PROBLEMA O SOLUCION?

La generación silver enfrenta a la sociedad con una pregunta espiritual de fondo: ¿qué hacemos con el tiempo cuando ya no podemos fingir que es infinito?

Para muchas personas mayores, la cercanía de la finitud ordena prioridades. Se busca menos apariencias y más sentido; menos ruido y más vínculo en profundidad.

Desde esta perspectiva, la generación silver no es solo un desafío económico o social. Es una oportunidad espiritual.

Puede ayudarnos a recordar que vivir más no significa acumular años, sino habitar la vida con mayor consciencia.

Si la sociedad elige escuchar esa voz, esa experiencia, la generación silver será parte de la solución. Si la ignora, la descarta o la explota, será otro síntoma de una humanidad distópica que no aprende

Web del Proyecto:

<https://societaddistopica.com/>

Todos los que compartimos y colaboramos en él lo hacemos en forma gratuita. Puedes ayudarnos aportando **1 euros al mes** a través de la plataforma Teaming:

<https://www.teaming.net/distopica>
